

По видам ключевые показатели могут быть следующими:

- 1) KPI результата – показывают количество и качество результата;
- 2) KPI затрат – показывают затраченные ресурсы;
- 3) KPI функционирования – относятся к показателям выполнения бизнес-процессов и позволяют оценить, насколько соответствует процесс требуемому алгоритму его выполнения;
- 4) KPI производительности – производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата и времени, затраченного на его получение;
- 5) KPI эффективности (показатели эффективности) – это также производные показатели, которые характеризуют соотношение полученного результата к затратам ресурсов.

Ключевые показатели нужны не только руководству компании, по ним удобнее работать и самим сотрудникам, особенно тем, чей доход напрямую зависит от результатов труда. Работникам компании KPI позволяет легко рассчитать шаги, которые нужны для достижения необходимого результата.

В компаниях, занимающихся прямыми продажами, в основном используются KPI эффективности, которые показывают соотношение холодных звонков, встреч с клиентами к количеству продаж. Страховой консультант (или менеджер по продажам), используя ключевые показатели, принятые в компании, видит четкую картину своей активности. Он понимает, что для того, чтобы выйти на запланированный доход, ему нужно продать определенное количество полисов (товаров), сделав перед этим определенное количество встреч и звонков. Стандартным KPI для новичков страхования жизни считается 1/10, то есть, чтобы совершить одну продажу, нужно провести 10 встреч, а на каждую встречу приходится в среднем 10 звонков.

Подобные KPI являются персональными, и их не должно быть слишком много на каждого сотрудника. Достаточно трех-пяти; главное, чтобы они были четко сформулированы и легко измеримы. Примером для продающего подразделения или компании в целом может служить ключевой показатель результативности «средний доход на клиента», включенный в стратегическую цель «Увеличить средний доход на клиента с 25 рублей до 30 рублей на 2014 год».

Кроме стимулирования и мотивации сотрудников, KPI используются руководителем как инструмент анализа деятельности подчиненных, помогающий ясно увидеть, на каком этапе работы у его сотрудника провал. Если снова взять в качестве примера менеджера по продажам, то ключевые показатели позволяют начальнику отдела продаж выявить проблемные точки: делает ли менеджер достаточное количество звонков и встреч, большая ли у него клиентская база и т. д. Если же показатели выполняются, а нужного количества продаж нет – значит, у данного сотрудника страдает качество работы: не хватает навыков, знаний, настойчивости и т. д.

Все эти моменты легко отслеживаются именно по KPI, поэтому вся деятельность продающих подразделений в успешных компаниях, занимающихся активными продажами, в основном построена на использовании этого индикатора. Виды показателей и их количественные значения зависят как от направления деятельности предприятия, так и от его стратегии, поэтому в разных компаниях могут принимать разные значения.

Литература:

1. Вихров А.А., Лекомцев П.А. Интеграция систем KPI/BSC и бюджетирования в единый инструмент управления // Управления компанией. 2011. №12(55). С. 150.
2. Каплан Роберт Нортон Дейвид Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. 320 с.
3. Стышнев Е. Как работать с KPI. Русконсалт. URL: <http://www.rusconsult.ru> (дата обращения: 3.03.2016).
4. Федосеев В. Оценка персонала // Прогрессивные технологии управления. URL: http://www.proteu.ru/sist_oceni_pers (дата обращения: 14.03.2016).

Ситенкова С. И.

*Научный руководитель: проректор по научной работе и качеству Иванова С. Л.
ГАОУ ВО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»
г. Набережные Челны*

РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Аннотация. В данной статье рассмотрено современное состояние насыщенности отечественного рынка продуктами питания в условиях экономических санкций и выявлены основные перспективы импортозамещения в настоящих условиях.

Ключевые слова: импортозамещение, экономический кризис, санкции, профессиональный альянс, NoReCa.

Sitenkova S. I.
Scientific supervisor: Vice Rector for Research and Quality, Ivanova S. L.
GAOU IN "Naberezhnye Chelny State Trade and Technology Institute"
Naberezhnye Chelny

REALITIES AND PROSPECTS OF IMPORT SUBSTITUTION IN RUSSIA IN THE ECONOMIC SANCTIONS

Abstract. This article discusses the current state of saturation of the domestic market food in the face of economic sanctions and identified the main perspectives of import substitution in these conditions.

Keywords: import substitution, the economic crisis, sanctions, professional alliance, HoReCa.

После введения антироссийских экономических санкций Европейского Союза, в том числе и на импорт, Российская Федерация приняла решение развивать импортозамещение товаров, экспортируемых из Европы. На сегодняшний день Российская Федерация в оптимальном количестве способна обеспечить себя продуктами питания. По словам министра сельского хозяйства Николая Фёдорова, на конец 2013 года по основным продуктам питания, а именно зерну, картофелю, растительному маслу и сахару, Россия обеспечивает себя полностью. По мясу мы почти достигли безопасного уровня производства прежде всего благодаря мясу птицы. Остаются некоторые проблемы с молоком и молочными продуктами [1]. В целом же сельское хозяйство России функционирует достаточно эффективно и способно практически полностью обеспечить базовые потребности страны, кроме того даёт возможность экспортировать достаточно большие объёмы продукции. В 2015 году, по сообщению заместителя министра сельского хозяйства Российской Федерации Сергея Левина, объём отечественной продукции в общей массе внутреннего рынка составил около 88,7 %, что выше порогового значения, установленного Доктриной продовольственной безопасности, утверждённой Президентом РФ в 2010 году [2]. За 3-4 года последних года Россия сократила затраты на закупку продуктов питания за рубежом почти в 2 раза: с 42-44 млрд. долларов до 23-24 млрд. в 2015 году [5]. В Доктрине продовольственной безопасности перечислены критичные для России продукты и минимальный уровень их собственного производства. Это зерно (95 %), сахар (80 %), растительное масло (80 %), мясо (85 %), молоко (90 %), рыба (80 %), картофель (95 %) и пищевая соль (85 %) [2]. По указанным выше продуктам минимальный уровень собственного производства или уже наблюдается или практически достигнут. Единственный пункт доктрины, по которому продовольственная безопасность ещё не обеспечена, – это молоко и молокопродукты. Так российское производство покрывает только на 80 % потребности, тогда как по плану должно покрывать 90 %. Также в результате недавних экономических событий в сегменте HoReCa, по многим направлениям и продуктовым группам, возник дефицит. Например, ряд торговых организаций, реализующих «премиальные» сорта мяса для общественного питания, оценивают в 60 % нехватку качественного мяса уровня «прайм». И одним из решений, которое даёт возможность рестораторам единое предоставление поставщиков (в том числе и по разным товарным группам), а также предоставляют малому и среднему бизнесу практически готовое бизнес-решение, стало создание так называемых «профессиональных альянсов». Такие альянсы предлагают единый продукт, который представляет собой «матрицу», состоящую из продукции сельхозпроизводителя, высокой степени переработки, технологии её приготовления, а также модель оптимальной её реализации в общественном питании. Такое предложение позволяет готовить блюда и напитки мирового уровня, в том числе позволяет формировать вокруг каждого бизнес-решения концепцию организации питания с предоставлением больших преимуществ как для предприятий общественного питания, так и для их клиентов [3]. Данные проведенного целенаправленного маркетингового исследования, позволяют говорить о том, что такое предложение прямых цепочек поставки сырья, технологий и сервисных моделей к конечным потребителям (а именно прилавкам и кухням ресторанов) достигается эффектом экономии и целевого низкобюджетного развития схем предоставления услуг питания [4].

По данным Минсельхоза, по итогам прошлого года рост в отечественном АПК составил 3,7%, в пищевой промышленности – 3,3%. А в первом полугодии 2015 года сельское хозяйство у нас оказалось практически единственной отраслью, которая сохранила более-менее устойчивый рост (2,9% за полгода), несмотря на кризис, обвал рубля, дорогие кредиты [3]. Увереннее всего, а именно более чем на 20% за год, вырос выпуск сыров и сырных продуктов. Также, по данным «Союзмолока», увеличилось производство сливочного масла и масляных паст примерно на 8,3% за год. По данным Росстата, за последние пять месяцев 2015 года мяса и субпродуктов произведено на 13% больше, чем годом ранее, мяса птицы – на 12%,

рыбы и рыбопродуктов – на 6%. Однако, даже самые успешные, высокотехнологичные и прогрессивные компании в сельскохозяйственном секторе, особенно в группе «мясо говядины», сами заявляют, что не в состоянии обеспечить сырьём всех желающих в сегменте HoReCa. Поэтому работа по поиску новых решений – не должна прекращаться.

Все кризисы похожи друг на друга. Они прежде всего вырабатывают «иммунитет» и позволяют разрабатывать новые концепции. Это в конечном итоге не позволяет нам стоять на месте и, учитывая как негативные тенденции рынка, так и перспективные тренды, разрабатывать всё новые и новые модели бизнеса и запускать целевые предложения, определяя во многом их благополучие в реальном секторе экономики. И, конечно, выстраивать доверительные отношения со своими постоянными клиентами. Таким образом, серьёзный подход и системная работа в условиях импортозамещения позволяют достигать заслуживающих внимания результатов и решений, которые помогут иметь ряд конкурентных предпочтений для клиентов ресторанов.

Литература:

1. Большое видится на расстоянии / Интервью министра сельского хозяйства РФ Н. В. Федорова газете «Сельская жизнь». URL: http://www.mcx.ru/news/news/v7_show_print/19003.174.htm (дата обращения: 14.03.2016).
2. Доктрина продовольственной безопасности. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/6752> (дата обращения: 15.03.2016).
3. Исследование «Реального времени»: как казанский общепит потерял миллиард рублей прибыли. URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/14470> (дата обращения: 16.03.2016).
4. Новые стратегии поддержки ресторанного бизнеса в условиях импортозамещения. URL: <http://www.klenmarket.ru/company/article/6597/> (дата обращения: 17.03.2016).
5. Россия сократила импортные закупки продовольствия в два раза безопасности URL: <http://www.strf.ru/material> (дата обращения: 16.03.2016).

Зарифуллина А.М.

*Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Галеева Г.М.
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет
г. Казань*

ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИЗАЦИИ ТНК И АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТНК-МОНОПОЛИСТОВ В МИРЕ

Аннотация. Исторически сложилось, что транснациональные корпорации являются основными представителями международных монополий, т.к. они ставят своей главной целью максимизацию подконтрольного себе рынка, а не максимизацию прибыли. Актуальность данной темы невозможно переоценить, потому что от решения проблемы монополизации ТНК зависит успешное функционирование рынка страны, международного бизнеса и, как следствие, уровень жизни, благосостояния населения страны и устойчивость ее экономики. В ходе анализа влияния ТНК на устойчивое развитие стран были выделены следующие проблемы: а) проблема монополизации ТНК; б) проблема негативного влияния ТНК на устойчивое развитие стран и их интеграции в мировое хозяйство.

Ключевые слова: монополизация, ТНК, интернализация, мировая экономика, мировое хозяйство.

Zarifullina A.M.

*Scientific supervisor: PhD, associate Professor Galeeva G.M.
Kazan Federal University
Kazan*

THE PROBLEM OF MONOPOLY TNCs AND THE ANALYSIS OF THE DISTRIBUTION OF TNC-MONOPOLISTS IN THE WORLD

Abstract. Historically, transnational corporations are the main representatives of the international monopolies, because they have as their main objective the maximization by the market, rather than profit maximization. The relevance of this topic cannot be overemphasized, because from the solution of the problem of monopolization of the TNCs depends on the successful functioning of the market, international business, and, as a consequence, the level of welfare of the population and the stability of its economy. The analysis of the impact of